

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

К. І. КУЗЬМІНСЬКА, студ.

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

Конкурентна стратегія – це спосіб отримання стійких конкурентних переваг в кожній стратегічній одиниці бізнесу підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти.

М. Портер виділяє три базові конкурентні стратегії, які мають універсальний характер, тобто можуть бути використані в будь-якому конкурентному середовищі будь-яким підприємством і забезпечити конкурентні переваги:

1. Лідерство за витратами – продаж масового стандартного товару (послуги) по нижчих ніж у конкурента цінах за рахунок скорочення витрат або за рахунок реклами при незмінних цінах.

2. Диференціація – це зміна споживчих якостей товару даного підприємства по відношенню до продукції конкурента (диференціація товару) або зміна іміджу підприємства і його частки на тому ж ринку по відношенню до конкурентів (диференціація ринку).

3. Фокусування – означає орієнтацію на вузьку спеціалізацію, зосередження зусиль підприємства: а) на одному із сегментів ринку; б) на окремій групі покупців; в) на певній групі товарів; г) на низьких витратах.

Розробка ефективної конкурентної стратегії підприємства є необхідною умовою забезпечення його конкурентоспроможності.

Загальне та фінансове положення підприємства є стабільним і стійким, загалом використовується можливість самофінансування.

Виходячи з оцінки конкурентоспроможності даного підприємства та його конкурентів можна зробити висновок, що незважаючи на зниження конкурентоспроможності ТОВ ТД «Укрнасоссервис» все одно займає лідируючі позиції, що вимагає від нього в подальшому підтримувати конкурентоздатність на високому рівні, так як вона залежить не тільки від політики ТОВ ТД «Укрнасоссервис», але і від дій конкурентів. Забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності підприємства ТОВ ТД «Укрнасоссервис» в значній мірі залежить від правильного формування конкурентних стратегій.

Провівши SWOT-аналіз можна зробити висновок, що дане підприємство є досить конкурентоспроможне на внутрішньому ринку, але за наявності такої великої кількості конкурентів йому необхідно постійно проводити моніторинг ринку та удосконалювати конкурентну стратегію підприємства.

Для збереження своєї позиції підприємству необхідно переглянути свою конкурентну стратегію. На наш погляд доцільно буде застосувати стратегію

диференціації, яка спрямована на зміну споживчих якостей товару по відношенню до продукції конкурента (диференціація товару); зміну іміджу по відношенню до конкурентів (диференціація ринку).

Основна ідея диференціації полягає в зосередженні зусиль та користується обмеженим попитом продукції, що дозволяє ухилитися від цінової конкуренції з більш потужними виробниками, що реалізують стратегію зниження собівартості, і в той же час дає можливість конкурувати з ними за специфічні групи споживачів. Найбільш привабливим способом диференціації продукції є використання прийомів менш схожих на прийоми конкурентів.

Література:

1. Азоев Г. Л. Анализ деятельности конкурентов / Г. Л. Азоев. – М.: ГАУ, 1995. – 80 с.
3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества предприятия / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Типография Новоти», 2000. – 256 с.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, Э. Дж. Макдоннелл ; пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 2009. – 416 с.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Д. Л. ЛИГА, студ.

*Кременчуцький Національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

«Інновації у харчовій промисловості» – нове поняття для України, для якого немає конкретного визначення. Інноваційне харчове підприємство можна охарактеризувати як модель організації сучасного виробництва, яка орієнтується на створення та реалізацію інноваційної харчової продукції, і яка містить у собі поняття ринкової економіки та державного управління цією сферою.

Елементи які потрібні для ефективного інноваційного харчового підприємства: інноваційний потенціал, насамперед це висококваліфікований персонал, фінансово-економічні можливості, які потрібні для роботи підприємства; інноваційна культура.

Діяльність інноваційних підприємств, насамперед харчових, потребують кардинально нових підходів. Такі підприємства повинні бути стратегічно орієнтована, з використанням системи заходів їх розроблення, впровадження, застосування, виробництва, комерціалізації та аналізу ефективності інновацій. Такий підхід новітніх наукових розробок призводить до підвищення технологічних показників підприємства.

Розвиток інноваційної діяльності у харчовій сфері безпосередньо пов'язаний із фінансовим станом підприємства, тому що в даний період забезпеченість фінансами інноваційної діяльності становить 75 % за рахунок власних коштів підприємств. З однієї сторони, знижується навантаження на